

**ANALISIS KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RANTAI NILAI MENURUT
KONSUMEN PADA E-COMMERCE**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Ekonomi



Disusun Oleh:

BIMO WIRIONO MAJID

201110160311250

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2017

**ANALISIS KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RANTAI NILAI MENURUT
KONSUMEN PADA E-COMMERCE**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Ekonomi

Disusun Oleh:

BIMO WIRIONO MAJID

201110160311250

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2017

SKRIPSI

ANALISIS KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN PRESEPSI RANTAI NILAI MENURUT KONSUMEN PADA E- COMMERCE

Oleh :

Bimo Wiriono Majid
201110160311250

Diterima dan disetujui
pada tanggal 01 Februari 2017

Pembimbing I,

Drs. Dicky Wisnu UR., M.M.

Pembimbing II,

Baroya Mila Shanty, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,

Dr. Marsudi, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN PRESEPSI RANTAI NILAI MENURUT KONSUMEN PADA E- COMMERCE



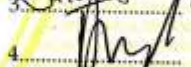
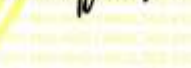
Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Bimo Wiriono Majid
NIM : 201110160311250
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 01 Februari 2017 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Drs. Noor Aziz, M.M.
Penguji II : Dra. Sri Nastiti A., M.M.
Penguji III : Baroya Mila Shanty, S.E., M.M.
Penguji IV : Drs. Dicky Wisnu UR., M.M.

1. 
2. 
3. 
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,




Dr. Idah Zuhroh, M.M.


Dr. Marsudi, M.M.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Manajemen – Akuntansi – Ilmu Ekonomi Pembangunan – D-III Keuangan dan Perbankan
(Terakreditasi)

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Telp. 0341-464318, Psw. 211-215, Fax 0341-460435
Website: <http://feb.umm.ac.id> Email: feb@umm.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Panitia Ujian Tugas Akhir/Skripsi Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang pada :

Hari / Tanggal : Rabu, 01 Februari 2017

Tempat : FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Telah mengadakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi atas nama mahasiswa :

Nama : BIMO WIRIONO MAJID

No. Induk : 201110160311250

Program Studi : MANAJEMEN

Judul Skripsi : **ANALISIS KEPERCAYAAN KONSUMEN BERBELANJA
MELALUI E-COMMERCE**
(Studi pada Konsumen E-Commerce)

Dengan susunan penguji sebagai berikut :

No.	Nama Dosen Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Drs. Noor Azis, M.M.	74	
2.	Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.	74	
3.	Dra. Baroya Mila Shanty, M.M.	76	
4.	Drs. Dicky Wisnu Usdek Riyanto, M.M.	77	

Nilai rata-rata : 75,25 / B+

Dinyatakan : Lulus / Tidak lulus *)

Kategori : Layak / Tidak Layak *)

Untuk dipublikasikan dan dimuat Web UMM

Mengetahui
a.n. Dekan FEB-UMM,
Pembantu Dekan I,

Dra. Ida Nuraini, M.Si.

Malang, 01 Februari 2017
Ketua Tim Penguji,

Drs. Noor Azis, M.M.


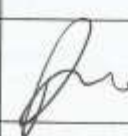

Ket: *) Coret yang tidak perlu



No.	Perubahan-Perubahan yang Harus Dilakukan	Halaman	Keterangan
1	titik di draft (Masliti)		
2	<p>konsistensi mulai dari</p> <p>Judul - Rumusan - teori -</p> <p>kerangka pikir - definisi</p> <p>operasional - alat analisis</p> <p>- pembahasan - kesimpulan -</p> <p>saran</p>	<p>9/2/11</p> <p>9/2/11</p>	<p>Per 19/3</p> <p>3/1/20</p> <p>9/2/11</p>


**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
KARTU KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI/LAPORAN TUGAS AKHIR**

Nama Mahasiswa : SIMO WIRIONO MAJID
 NIM : 20110160311250
 Program Studi : MANAJEMEN PEMASARAN
 Bimbingan Mulai : _____
 Judul Skripsi/ : _____
 Lap. TA : _____

No	Tanggal	Permasalahan	Paraf	
			Pembimbing I	Pembimbing II
		Acc topik		Pome
		Pendahuluan Tinjauan Pustaka Metode Penelitian		Pome Pome Pome
		Revisi : Pendahuluan Tinjauan Pustaka Metode Penelitian		Pome
		Revisi : judul 2. Masalah 3. Penelitian teori Kerangka pikir Hipotesis		
		Perbaiki - daftar pustaka Buat kuesioner		Pome
	10/11	Kerangka - judul - Pemasaran - teori - dan ya transaksi lapangan		
	10/11	Rujukan - Emma		

No	Tanggal	Permasalahan	Paraf	
			Pembimbing I	Pembimbing II
	30-11-16	Revisi Kuisioner		
	5-12-16	Revisi Kuisioner		
		Sebarikan 4 diuji (30) Coba - perbaiki kuisioner		
		Tabel 3 diperbaiki Pengelusan setiap nilai temuan MEMAHAMI ISI daftar		
	17-1-17	Perbaiki bab A - Hasil Analisa - Pembahasan		
	19-01-17	uji realibilitas & Validitas diperbaiki BAB IV - Kesimpulan terperinci - Saran dari manfaat		
	20/1/17	Revisi - Hasil penelitian Pembahasan		
	26/1/17	Ujian Skripsi		
		Siapkan ujian		

Pembimbing I


()

Malang,

Pembimbing II


()

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bimo Wiriono Majid
NIM : 201110160311250
Program Studi : SI / Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Skripsi dengan judul “Analisis Kepercayaan dan Persepsi Rantai Nilai Menurut Konsumen Pada *E-Commerce*” adalah hasil karya saya dan dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.
2. Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia SKRIPSI ini DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Skripsi ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 3 Mei 2017

Yang Menyatakan



Bimo Wiriono Majid

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat serta hidayat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Skripsi yang berjudul “ **ANALISIS KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RANTAI NILAI MENURUT KONSUMEN PADA *E-COMMERCE***” disusun untuk memenuhi serta melengkapi syarat memperoleh gelar Kesarjanaan dibidang Ekonomi, program studi Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis berusaha memberi sebaik mungkin namun demikian, penulis menyadari akan kemampuan dan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Idah Zuhro, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Marsudi, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Drs. Dicky Wisnu UR, M.M, selaku Dosen Pembimbing Pertama yang telah sudi meluangkan waktunya untuk mengoreksi serta memberikan petunjuk yang sangat bermanfaat guna penyusunan skripsi ini.
4. Dra. Baroyah Mila Shanty, MM selaku Dosen Pembimbing Kedua yang penuh kesabaran telah memberikan bimbingan serta petunjuk hingga selesainya penulisan skripsi ini.
5. Seluruh keluarga besar yang telah banyak mendukung dan mendoakan agar cepat menyelesaikan skripsi
6. Buat dhiya dan jhon Rama yang selalu siap sedia membantu dalam setiap mengerjakan skripsi saya.
7. David Arisandi dan Safril ansurulloh yang selalu memberikan motivasi, semangat dan waktunya serta mendukung penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

8. Nuraeni Luciana S.E, yang setia mendukung, mengingatkan, mendoakan setiap langkah penulis untuk segera menyelesaikan penulisan skripsi ini.
 9. Rykino, Nazal, Qowin, usdek yg selalu sedia menemani setiap langkah ke kampus putih menuju penyelesaian penulisan skripsi hingga wisuda.
 10. Saya ucapkan juga terima kasih untuk Andhika andrianto, Agus putra, Alex hubby yang telah terlebih dahulu wisuda dan tidak mengajak.
 11. Ryan Raga, Rhio kurniawan dan mita novitasari yang tidak lelah mengngiatkan supaya cepat menyelesaikan skripsi.
 12. Anak-anak part time yang sedia memberikan pengalaman, pengetahuan, dan memberikan dukungan yang tak henti-hentinya kepada penulis.
 13. Teman-teman CURVA E yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.
- Akhirnya segala amal baik yang telah mereka berikan kepada penulis semoga mendapat balasan dari Allah SWT. dan penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Malang, Januari 2017

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Pembatasan Masalah.....	7
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. PenelitianTerdahulu.....	9
B. Tinjauan Pustaka	12
1. Persepsi	12
2. Kepercayaan.....	21
3. Internet	24
4. <i>E-commerce</i>	26
C. Kerangka Pikir	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Lokasi Penelitian	33
B. Jenis penelitian	33
C. Definisi Operasional Variabel	34
D. Populasi dan Sampel.....	35
E. Sumber Data	37
F. Teknik Pengumpulan Data	37
G. Teknik Pengukuran Variabel	37
H. Metode Analisis Data	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Karakteristik Responden.....	40
1. Jenis Kelamin Responden	40
2. Tingkat Pendapatan/ Bulan Responden	42
3. Usia Responden	43
4. <i>E-commerce</i> Yang Digunakan Responden	44
5. Berapa Kali Transaksi Melalui <i>E-Commerce</i> Responden ..	45
6. Produk Yang Sering Dibeli Responden	46
7. Kisaran Harga Produk Yang Sering Dibeli Responden.....	47
B. Hasil Uji Instrumen Penelitian	48
1. Uji Validitas.....	48
2. Uji Reliabilitas	50
C. Deskripsi Jawaban Responden	50
1. Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan Konsumen	51
2. Deskripsi Jawaban Responden Variabel Persepsi Rantai Nilai <i>E-Commerce</i>	53
D. Hasil Analisis Data dan Pembahasan	57
1. Hasil Analisis Rentang Skala Kepercayaan Konsumen	57
2. Hasil Analisis Rentang Skala Persepsi Rantai Nilai <i>E- Commerce</i>	58
3. Pembahasan	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Terjadinya Persepsi.....	16
Gambar 2.2 Struktur sistem <i>E-commerce</i> berbasis web.....	29
Gambar 2.3 Kerangka Pikir.....	32

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Situs <i>Marketplace</i> Terbesar di Indonesia	6
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1	Penilaian Variabel Berdasarkan Hasil dari Rentang Skala	39
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan/ Bulan.....	42
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan <i>E-commerce</i> Yang Digunakan Responden.....	44
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan <i>E-commerce</i> Yang Digunakan Responden.....	45
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Produk apa yang sering dibeli Responden	46
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Produk apa yang sering dibeli Responden	47
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.10	Diskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kepercayaan Konsumen (X_1).....	51
Tabel 4.11	Diskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>E-Commerce</i> (X_2).....	53
Tabel 4.12	Hasil Analisis Rentang Skala Kepercayaan Konsumen (X_1).....	57
Tabel 4.13	Hasil Analisis Rentang Skala <i>E-Commerce</i> (X_2).....	58

DAFTAR PUSTAKA

- Ainur Rofiq, 2007, *Pengaruh Dimensi Kepercayaan (trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-commerce (Studi Pada Pelanggan E-Commerce di Indonesia)* Tesis FPS Universitas Brawijaya Malang: tidak diterbitkan
- Adi Nugroho. 2006. E-commerce Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya. Informatika. Bandung
- Berelson Bernard dan Stainer Gary, 2002. Manajemen Sumber Daya Manusia. Penerbit PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- C. Laudon, Kenneth & P. Laudon, Jane. 2005. *Sistem Informasi Manajemen. Mengelola Perusahaan Digital*. Edisi 8. Andi Offset
- Chen, S.C. dan Dhillon, G.S. 2003. *Interpreting Dimensions of Consumer Trust in e-Commerce, Information Technology dan Management*, 4
- DeVito, Joseph A, Komunikasi Antarpribadi ; Kharisma Publishing Book, Tangerang Selatan, 2011.
- Effendy, Onong Uchyana. 2003. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Horppu, M., Kuivalainen, O., Tarkiainen, A. & Ellonen, H.K. 2008. Online satisfaction, trust and loyalty, and the impact of the offline parent brand, *Journal of Product & Brand Management*
- Husein Umar. 2001. *Metode Penelitian dan Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum
- Jones, K., Leonard, L.N.K. (2008). Trust in consumer to consumer electroniccommerce. *Journal of Information and Management*
- Kriyantono, R. (2007). Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Realation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Kencana.
- Laudon, Kenneth C dan Jane P. Laudon. 2007. Sistem Informasi Manajemen. Edisi ke-10. Terjemahan Chriswan Sungkono dan Machmudin Eka P. Jakarta: Salemba Empat
- Laudon, K.C., & Laudon, J.P.2005. Sistem Informasi Manajemen, Mengelola Perusahaan Digital. Edisi 8. Yogyakarta: Andi
- Masri dan Effendi, Singarimbun, 2009, *Metode Penelitian Survei*, Edisi Revisi, Jakarta: LP3S
- McLeod, Raymond dan Schell. 2007. Sistem Informasi Manajemen. Edisi 9. Jakarta: PT Index.

- Morgan, R.P. 2000, “A Consumer-Orientated Framework of Brand Equity and Loyalty”, International Journal of Market Research, Vol. 42 No. 1, pp.65-78
- Mulyana, Deddy.2007. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Nazsir Nasrullah.2008, *Teori-Teori Sosiologi*. Bandung: Widya Padjadjaran
- Nuraini. 2009. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Desain Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan”. Skripsi Fakultas Ekonomi Undip
- Prabowo; Darman dan Noegraheni, 2014, *Analisis kepercayaan dalam C2c E-Commerceterhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap Repurchase pada Kaskus*
- Rahadi, D.R., (2013), *Pengaruh Karakteristik Website Terhadap Kepuasan Pelanggan*, Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 5, No. 7.
- Singgih Santoso, & Fandy, Tjiptono. 2001. *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, PT Gramedia. Jakarta
- Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Ketujuh , Penerbit Alfabeta CV, Bandung
- Supardi. 2005. Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Yogyakarta: UII Press
- Steven Manolis and Simon Hesp. 2001. “*Hight Temperature Performance of Scrap Tire Rubber Modified Asphalt Concrete* “.Chemistry University,Kingston,Ontario
- Tjiptono, Fandy & Anastasia Diana. (2003). *Total Quality Management*, Yogyakarta : Andi
- Wibowo (2006), Manajemen Perubahan, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Widayat, 2012, *Riset Bisnis*, Edisi 1, Malang: CV. Cahaya Press.